

ORIGINAL RESEARCH:**観光まちづくりの現状と阻害要因 ―行政担当者を対象にしたアンケート調査結果の報告 (A report on the present status and impediments to tourism-based community development: the perspective of municipalities)**

韓 準祐^π
Junwoo Han¹

Abstract

This paper is part of a project supported by the Japanese Society for the Promotion of Science and reports on tourism-based community development. The study identifies the present status and impediments to tourism-based community development. The data for this study was collected by means of a structured questionnaire administered to government officers who were closely involved in tourism-based community development. The questionnaire also allowed respondents to make comments. Among the 1963 questionnaires administered, 798 valid questionnaires were obtained. Of the respondents, 95.9 percent answered that they were involved in tourism-based community development practices and 61.2 percent answered that they had started tourism-based community development since 2004. The study found that tourism resources conservation was the most popular activity of the administrative officers while securing financial resources was their least important activity. Respondents differ in terms of self-evaluation: While 39 percent of government officers report that the number of tourists has increased; 25.1 percent disagrees with this claim. The most important impediments to tourism-based community development include accessibility to areas of tourist attractions, lack of planning, gap in the understanding about the importance of community based tourism between government officers and local people, lack of coordination among groups involved in tourism-based community development, difficulty of branding community based tourism (optional tour) and securing independent finance.

Keywords: Impediments, Municipalities, Present status, Self-evaluation, Tourism-based community development.

1. はじめに

観光を通したまちづくりを意味する観光まちづくりの実践は、現在、日本各地で展開されている。観光研究においても、観光まちづくりは主要な研究テーマの一つになっており、数多くの研究業績が蓄積されている。しかし、従来の観光まちづくり研究においては、ケーススタディーや成功例を元にした実践的マニュアル化が主流になっており（西村編 2009；十代田編 2010）、観光まちづくりにかかわる地域内外の多様な主体の関係性やその間で生じる軋轢や葛藤、そして交渉の詳細には十分な関心が払われてきたとは言えない¹⁾。勿論、観光まちづくり研究において、すでに上述した問題は指摘されてきたが（須藤 2006；野田 2013；四本 2014）、成功事例の提示及び実践的マニュアル化を目指す研究動向は続いている。他方では、近年に日本各地の観光協会の観光まちづくりの取り組みの実態に関する報告はあったものの（日本観光振興協会 2012）、観光まちづくり実践の全体像に焦点を当てる研究が蓄積されていないことも観光まちづくり研究の課題であるといえよう。

そこで、本研究では、政令指定都市の区を含む、全国の都道府県、市町村の観光まちづくりにかかわる行政担当者を対象に観光まちづくりの現状と自己評価、阻害要因に関するアンケート調査をおこなった。先述した観光まちづくり研究におけるマニュアル化の傾向は、観光まちづくり

^π 立命館大学文学部 特任助教

¹ Specially Appointed Assistant Professor, College of Letters, Ritsumeikan University, email: jwhan@fc.ritsumei.ac.jp

の政策化の影響によるものであり、従って行政側にのみ焦点を当てることは十分な分析視角とは言えないことは確かである。しかしながら、行政が観光まちづくり実践の重要なアクターの一つであることに変わりなく、行政担当者の視点を行政側の言説として捉えることも観光まちづくりの全体像を理解するためには必要な研究課題であると考え、本稿では、自治体が捉えた観光まちづくりの取り組みの現状と自己評価、そして阻害要因に関する単純統計分析の結果を報告する。

2. 調査の概要

2014年4月から8月にかけて「観光まちづくりにおける阻害要因に関する実証的研究」のアンケートの構成に関する議論を行い、関連する書籍、文献を参照しながら、①観光まちづくりの取り組みの詳細と自己評価、②観光まちづくりの阻害要因、③観光まちづくりへのかかわり方、④観光まちづくりに関する自由記述、の4つの内容に区分した上で、其々の内容におけるカテゴリ設定と詳細な質問項目を決めた²⁾。例えば、観光まちづくりの取組内容に関しては、観光資源の保存と活用、新たな魅力と市場づくり、観光地の特性の把握、観光地のブランド形成、将来ビジョンの策定、滞在のための仕組みづくり、観光推進組織の実行力向上、観光財源の確保にカテゴリ分け及び質問項目を決めた。一方、観光まちづくりの阻害要因は、観光地の特性把握、将来ビジョンの策定と関連組織の巻き込み、新たな魅力づくりと市場創出、組織と人材、人間関係、ブランド形成、財源の確保の小区分を試みた。なお、観光まちづくりの取り組みの詳細に関しては、複数回答可とし、観光まちづくりに対する自己評価と阻害要因の質問項目には、5段階評価法を用いた。

その後、同年8月下旬に日本全国の地方自治体（都道府県庁、区、市町村）の観光まちづくりの関連部署」という宛てに、政令指定都市の区を含む、全国の都道府県、市町村の1963箇所アンケート用紙を郵送した。郵送する際には、アンケートに加え、調査依頼書を作成し、立命館アジア太平洋大学の承認を受けた。そのなかに、回答の締め切りを9月末まで設定していることも記載し、約2か月の間に回答して返送できる期間を設けた。10月中旬頃まで計799部（住所不在で戻ってきた1通を含む・有効回答は798部）が回答され、回答率は40.65%であった³⁾。その後は、返答されたアンケート内容をSPSSに入力する作業を行った⁴⁾。

3. 回答に関するまとめ

まず、アンケートの回答の内的整合性はCronbachの α 係数を算出したところ、自己評価（14項目）、阻害要因（46項目）、それぞれ0.881、0.906となり、妥当な値が得られた⁵⁾。回答した地方自治体の行政区分を見ると、都道府県庁が22件（有効パーセント：2.8%）、区が21件（2.6%）、市が376件（47.4%）、町が310件（39.1%）、村が64件（8.1%）、不明が5件あった。地域別にみると、回答数が最も多かったのは、79件（79/190）の北海道だったが、回答率で見ると、71%の（15/21）佐賀県が最も高く、次に岩手県（22/34、65%）、石川県（13/20、65%）と続く（別紙の図11参照）。

（1）観光まちづくりの取組みの現状

まず、観光まちづくりに取組み始めた年であるが、有効回答480（欠損値：318）の内、2005年が47件で最も多く、次に2012年の31件、2011年と2013年が29件、次に2006年が28件、2004年が27件、2010年が26件の順であり、小泉内閣の下、観光まちづくりの政策化が行われた2004年以降の割合が63.5%であった⁶⁾。一方で、回答のなかには、1877年、1906年、1916年、1940年、1945年が各1件、そして1950年代から内発的発展論が広がった70年代の終わりまでの間に観光まちづくりがすでに始まったと捉える行政関係者も65件と少なくないことが分かる⁷⁾。実際、安村（2006）が指摘しているように、観光まちづくりの成功事例として知られている多くの事例は1970年代半ばからその実践が始まったとされるが、それ以前から観光まちづくりは始まったと捉える行政関係者もいることは、観光まちづくりという概念が非常に幅広い認識で捉えられ

ていることが伺わせる。

観光まちづくりに取り組んでいるかどうかに関する質問（複数回答可）に対し、33 件が取り組んでいないと答えており、回答した 798 の有効アンケートのなかで取り組んでいるのは 765 件になり、95.9%が観光まちづくりに取り組んでいる。

取り組んでいない自治体が挙げた主な理由は、一）観光資源が乏しい、二）観光まちづくり政策を持っていない（ベッタタウンである、原子力発電による振興等があり必要性を感じない等）、三）組織がない、四）人員が足りない等であった。

行政以外に観光まちづくりの活動をおこなっている団体があるかどうかについては、703 件（89.3%）がそのような団体があり、84 件（10.7%）がなかった（欠損値：11）。したがって、約 9 割の地方自治体で行政以外に観光まちづくりを実践している団体がある。その中身を見ると、観光協会が 568 件（80.8%）で最も多く、商工会議所が 307 件（43.7%）、地域住民組織が 205 件（29.2%）、NPO が 191 件（27.2%）、旅館組合が 111 件（15.8%）、その他が 90 件（12.8%）であった。

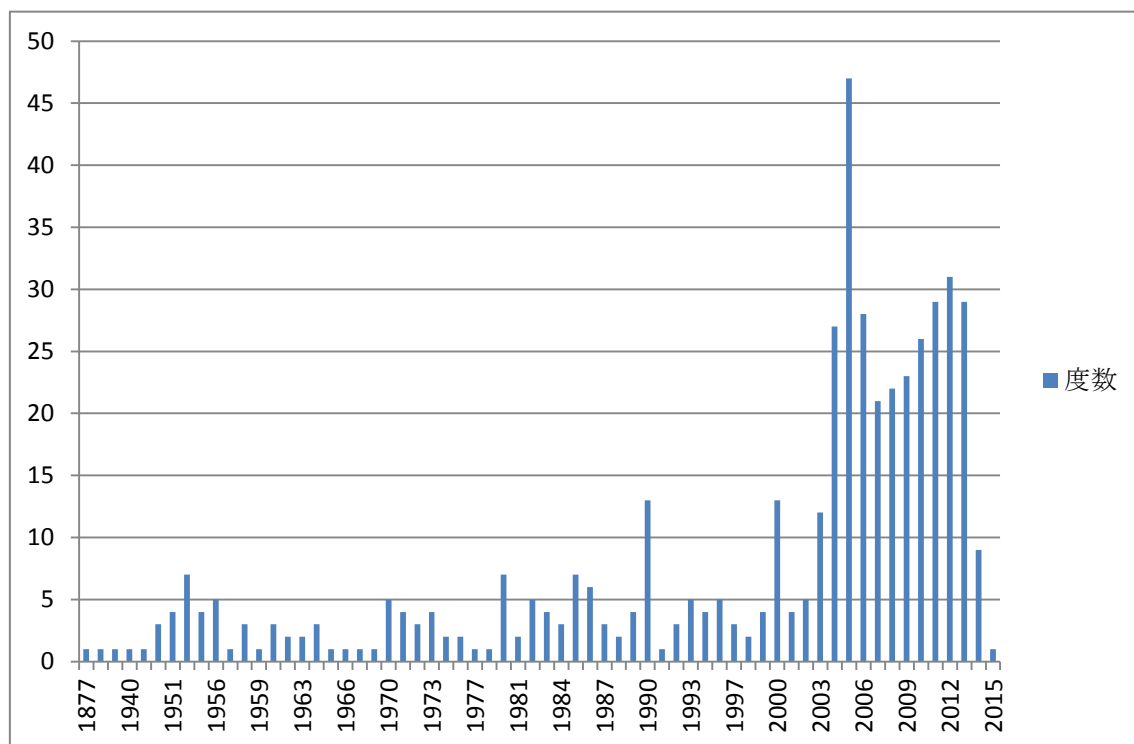


図1 観光まちづくりの始まった年度

(2) 観光まちづくりの取り組み内容

次に、行政として具体的にどのような観光まちづくりの取り組みをしているのかという選択肢の質問（複数回答可）に答えてもらった。この 8 項目の選択肢とその中のサブ項目は観光まちづくり関連の文献調査により拾い出し、分類したものである。

取り組みが多い順に、①観光資源の保存と活用（460 件、60.1%）、②新たな魅力と市場づくり（452 件、59.1%）、③観光地の特性の把握（443 件、57.9%）、④観光地のブランド形成（415 件、54.2%）、⑤将来ビジョンの策定（369 件、48.2%）、⑥滞在のための仕組みづくり（340 件、44.4%）、⑦観光推進組織の実行力向上（308 件、40.3%）、⑧観光財源の確保（155 件、20.3%）、という回答であった。

この結果から見ると、観光資源の保存と活用、新たな魅力と市場づくり、観光地の特性の把握、観光地のブランド形成の 4 つの取り組みには半分以上の行政が取り組んでいることが確認で

きる。また、将来ビジョン策定や滞在のための仕組みづくり、観光推進組織の実行力向上にも約4割の行政がかかわっている。一方、観光財源の確保は取組みのなかで最も低く2割を切っている。

以下、上に挙げた8項目の観光まちづくりの取組みのそれぞれについてさらに詳細に見ていく。

①観光資源の保存と活用の取組みの中で、具体的な活動で多い順に、観光施設の整備（277件、60.2%）、自然環境の観光資源化（275件、59.8%）、地域の生活文化の維持（98件、21.3%）、住民主体の町並み保存（98件、21.3%）、田んぼなどの環境保全（71件、15.4%）、施設の用途転換による観光活用（55件、12%）、マイカーや駐車場規制等の交通管理（34件、7.4%）、資源の適正利用の地域ルールづくり（23件、5%）、観光資源の運用モニタリングの仕組み作り（21件、4.6%）、その他（29件、6.3%）という回答であった。

②新たな魅力と市場づくりの詳細は、まちあるき開発（258件、57.1%）、観光イベント創出（233件、51.5%）、伝統的な祭りの維持復活（207件、45.8%）、外国人観光客誘致（170件、37.6%）、旅行会社と連携（152件、33.6%）、生活文化の観光資源化（151件、33.4%）、グリーンツーリズム推進（145件、32.1%）、観光圏の組織化（95件、21%）、MICE誘致（71件、15.7%）、エコーツーリズム推進（63件、13.9%）、芸術祭開催（41件、9.1%）、高齢者や障害者観光客の誘致（30件、6.6%）、新たな地域文化創造（23件、5.1%）、その他（35件、7.7%）であった。

③観光地の特性を把握する取組みの具体的な中身は多い順に、宝探し（226件、51%）、観光統計分析（189件、42.7%）、生活・文化・歴史の調査（156件、35.2%）、施設・インフラ調査（132件、29.8%）、観光客の市場調査（116件、26.2%）、自然調査（85件、19.2%）、観光地評価と方向性策定（75件、16.9%）、その他（14件、3.2%）であった。

④観光地としてのブランドを形成する取組みの詳細は実践の多い順に、メディアを通じての発信（294件、70.8%）、ウェブサイトなどの開設（276件、66.5%）、ご当地キャラの開発（198件、47.7%）、ブランド戦略の策定（102件、24.6%）、ブランドコンセプトの設定（92件、22.7%）、自地域に対する評価と競争優位性の把握（72件、17.3%）、ブームを生かした観光まちづくり（63件、15.2%）、ブランドの維持管理主体構築（38件、9.2%）、その他（21件、5.1%）となっている。

⑤将来ビジョンを策定する取組みの詳細は、観光計画策定（230件、62.3%）、地域産業活用（198件、53.7%）、官民協働推進（166件、45%）、住民が誇りを持てる地域づくり（146件、39.6%）、交流人口目標設定（101件、27.4%）、観光インフラ整備（96件、26%）、住民主体のまちづくり組織発足（72件、19.5%）、観光まちづくりの可能性の調査（57件、15.4%）、観光理念づくり（54件、14.6%）、Uターン・Iターンの推進（53件、14.4%）、その他（9件、2.4%）であった。

⑥滞在のための仕組みをつくる取組みの具体的な内容は、着地型ツアーの推進が251件（73.8%）、発地側への情報発信は179件（52.6%）、地域住民との交流企画は83件（24.4%）、生活文化の滞在プログラムは69件（20.3%）、滞在型施設の開発は54件（15.9%）、地域の公共施設サービス開発は35件（10.3%）、その他は26件（7.6%）であった。

⑦観光推進組織の実行力向上の具体的な取組みは、ガイドやリーダーの養成が153件（49.7%）、観光協会と行政の棲み分けは134件（43.5%）、外部資源の活用は129件（41.9%）、地域おこし協力隊の活用は87件（28.2%）、観光まちづくりの研修参加は55件（17.9%）、コーディネート育成は51件（16.6%）、まちづくり担当組織との連携は49件（15.9%）、住民リーダーの活用は38件（12.3%）、まちづくり会社（組織）結成は33件（10.7%）、若手組織の結成は26件（8.4%）、観光カリスマの活用は21件（6.8%）、観光地経営専門家の育成は4件（1.3%）、その他は13件（4.2%）であった。

⑧観光財源の確保の具体的な取組みは、国のまちづくり支援事業の活用が103件（66.5%）、観光収入などの獲得が58件（37.4%）、個人などの寄付による観光対象の整備が22件（14.2%）、その他が9件（5.8%）であった。

(3) 観光まちづくりの自己評価

地域のまちづくりが順調かどうかについては、順調であると思う自治体は 2 割、順調でないと思うのも 2 割、そして、約 5 割の自治体がどちらともいえないと考えている。観光客数の増加に関しては、増加していると認識している自治体は 39%あり、増加していないと思う自治体は 25.1%あり、増加していると考える自治体のほうが多い。しかし、観光収入の増加、観光関係税収の増加、観光関係雇用創出、移住の増加においては、増加していないと思う自治体のほうが増加していると認識する自治体よりも多くなっている。

上記の経済的な項目に対し、地域住民の関心増加、地域住民が誇りを持つようになる、地域住民が地域に貢献しようとする、地域住民同士の交流増加、地域住民が元気になる、地域の認知度の向上、自治体に好意を持つ外部の人の増加などの地域に対する愛着心や結束を示す項目では、肯定的な評価のほうが否定的な評価よりも多かった。

さらに、観光まちづくりに関する自己評価の平均値を高い順から整理すると、「地域住民が地域に貢献しようとする」「認知度の増加」「自治体が好きな外部の人の増加」「地域住民が誇りを持つように」「地域住民の関心増加」「地域住民同士の交流増加」「観光客数の増加」「地域住民が元気に」「地域のまちづくり順調」「まちづくり団体増加」「観光収入の増加」「移住の増加」「観光関係雇用創出」「観光関係税収の増加」になる。

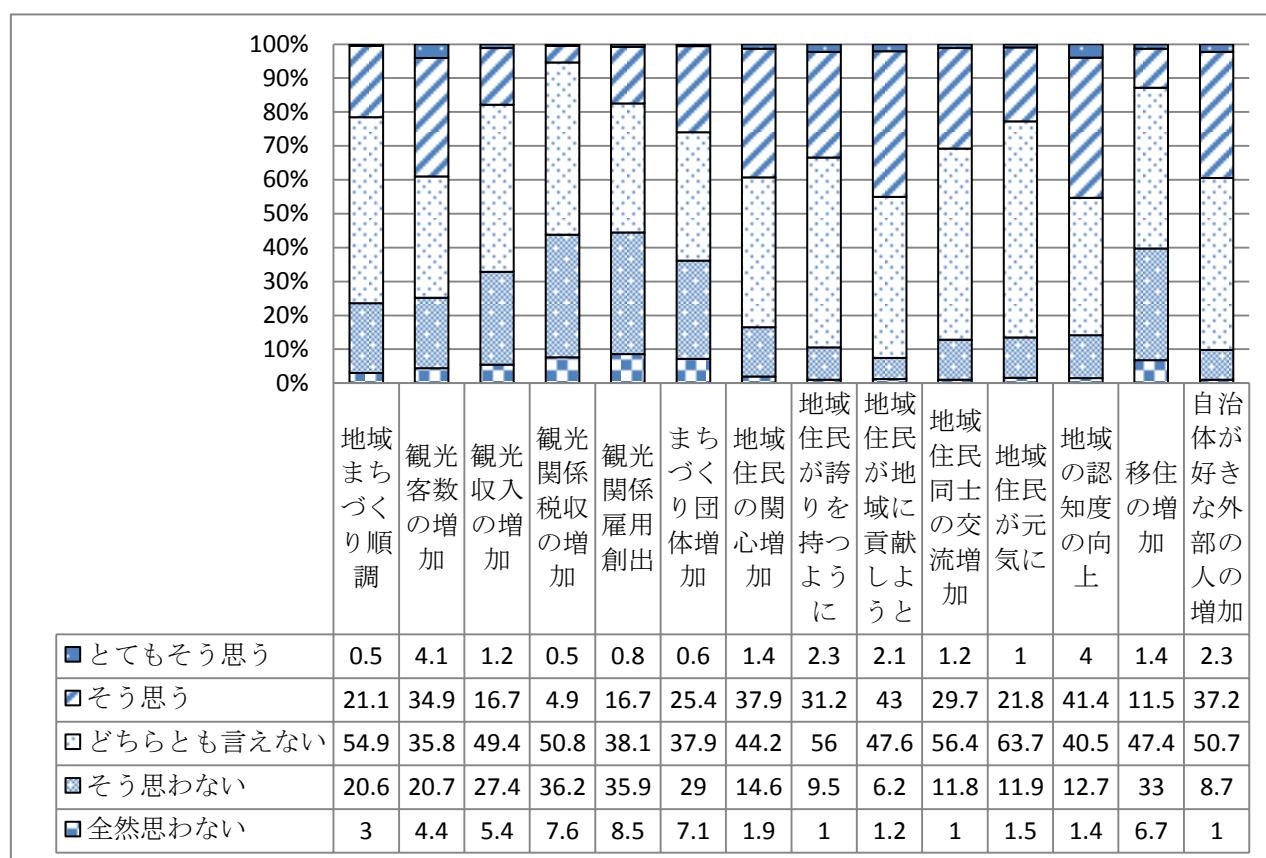


図2 観光まちづくりに関する自己評価（有効パーセント）

全体的に数値化しにくい項目、例えば「地域住民が地域に貢献しようとする」「地域住民が誇りを持つように」「地域住民の関心増加」「地域住民同士の交流増加」等が高い評価を受ける一方、「観光関係税収の増加」「観光関係雇用創出」「観光収入の増加」「まちづくり団体増加」に関して行政担当者はあまり評価していないことが確認できる。とりわけ「観光関係税収」「観光関係雇用」が具体的に何を指すかという曖昧な側面を帯びることも低い評価につながった要因とも解釈できるが、平均値の比較だけでは分析できることは限られることも確かである。

表1 自己評価尺度の項目分析

質問内容	平均値	標準偏差	歪度 ⁸⁾	尖度 ⁹⁾	有効度数
地域住民が地域に貢献しようと	3.3864	0.68654	-0.506	0.682	779
認知度の増加	3.3385	0.80167	-0.386	-0.04	780
自治体が好きな外部の人の増加	3.3107	0.70512	-0.301	0.365	779
地域住民が誇りを持つように	3.243	0.6937	-0.135	0.512	782
地域住民の関心増加	3.2221	0.78103	-0.475	-0.092	779
地域住民同士の交流増加	3.181	0.6854	-0.224	0.292	779
観光客数の増加	3.1347	0.93811	-0.299	-0.465	787
地域住民が元気に	3.0885	0.65763	-0.203	1.021	780
地域のまちづくり順調	2.956	0.74502	-0.287	0.094	773
まちづくり団体増加	2.8342	0.91003	-0.187	-0.719	784
観光収入の増加	2.8085	0.81686	-0.103	-0.068	778
移住の増加	2.6799	0.81648	0.068	0.085	781
観光関係雇用創出	2.6534	0.88141	0.058	-0.527	779
観光関係税収の増加	2.5451	0.72772	-0.167	0.204	776

(4) 観光まちづくりの阻害要因

本研究では観光まちづくりの阻害要因についても文献調査をもとに7つのカテゴリーに分けた。それらは、①観光地の特性把握、②将来ビジョンの策定と関連組織の巻き込み、③新たな魅力づくりと市場創出、④組織と人材、⑤人間関係、⑥ブランド形成、⑦財源の確保の7つである。以下、それぞれのカテゴリーにおける阻害要因のサブ項目を見てみる。

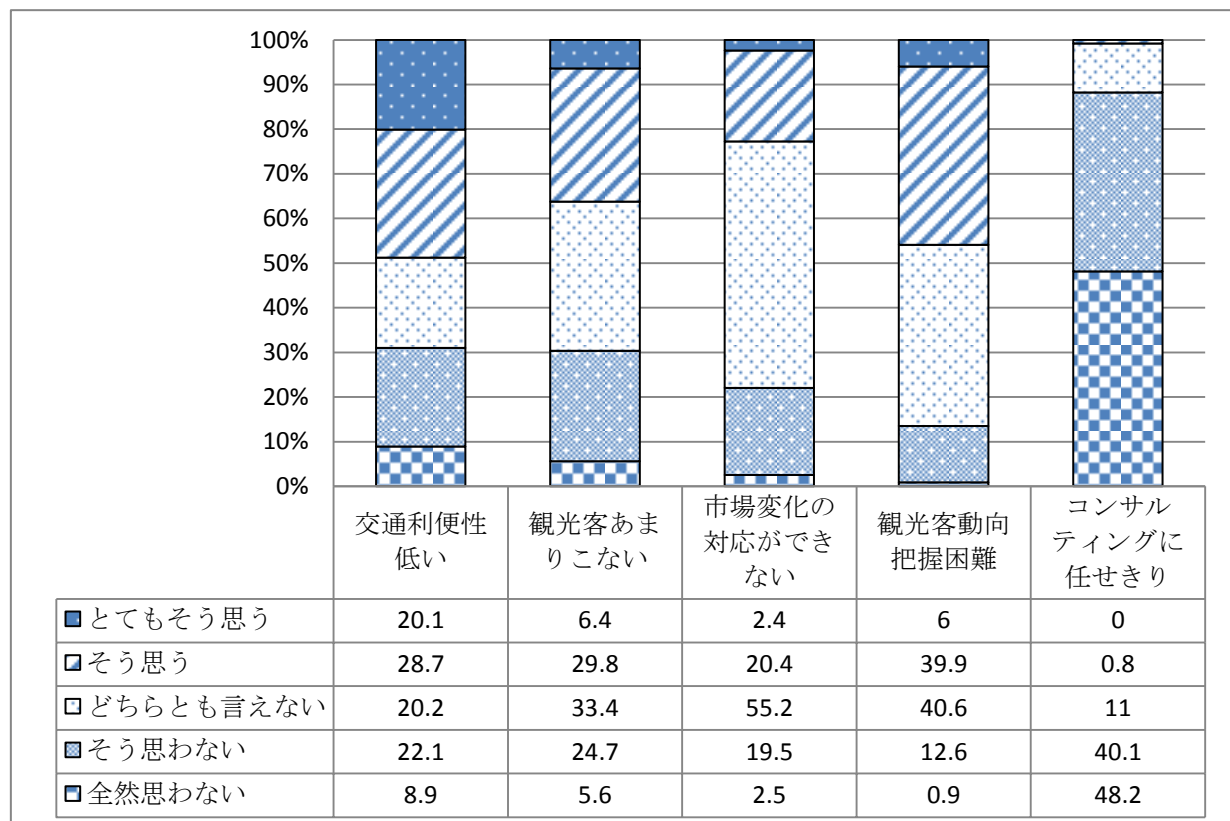


図3 観光地の特性把握における阻害要因（有効パーセント）

① 観光地の特性把握における阻害要因に関する内容のなか、まず、「観光客の動向把握が難しい」ことが阻害要因になっているかどうかについては、そう考える自治体が 45.9%であり、そう考えない自治体は 13.5%に過ぎなく、動向把握が難しいことが観光まちづくりの阻害要因として認識されていることが見て取れる。一方、「コンサルティングに任せきり」を阻害要因と捉える行政担当者が 0.8%に過ぎないことが確認できる。先述の項目の結果と合わせると、観光客の動向把握は困難であるが、コンサルティングに任せきりの体制は取っていない、あるいはコンサルティングに任せきりの体制があったとしてもそれを阻害要因とは捉えていない傾向があると解釈できる。

なお「交通利便性が低い」ことを阻害要因として捉える自治体は約 5 割を占め、そうではないと捉える自治体約 3 割を上回っている。他方で、市場の変化に対応ができないことが観光まちづくりの阻害要因であると考える自治体は 2 割であり、そう考えない自治体も同じく 2 割ある。観光客があまりこないことが阻害要因であると思うかどうかに関しても、「とてもそう思う」（6.4%）、「そう思う」（29.8%）が、「そう思わない」（24.7%）、「全然思わない」（5.6%）を若干上回ったが、大きな差は見られない。

② 将来ビジョンの策定と関連組織の巻き込みにおける阻害要因に関する具体的な内容を見ると、まちづくりのビジョンが不明確であることが阻害要因になっているかどうかに関しては、「どちらとも言えない」が 34.9%、「とてもそう思う」が 7.3%、「そう思う」が 29.9%となっている。

「全然思わない」が 2.8%、「そう思わない」が 25.1%であるので、まちづくりのビジョンの不明確さを阻害要因と考える自治体のほうが若干多い。まちづくりのビジョンに関連することだが、近年、平成の大合併の弊害が報告されている。ところが、この市町村合併の影響で地域アイデンティティが作れないことが阻害要因になっているかどうかについては、「全然思わない」（30%）、「そう思わない」（38%）が、「そう思う」（6.3%）、「とてもそう思う」（1.4%）を大きく上回っており、市町村合併によるアイデンティティの不在をまちづくりの阻害要因として捉える行政担当者は少ないことが分かる。

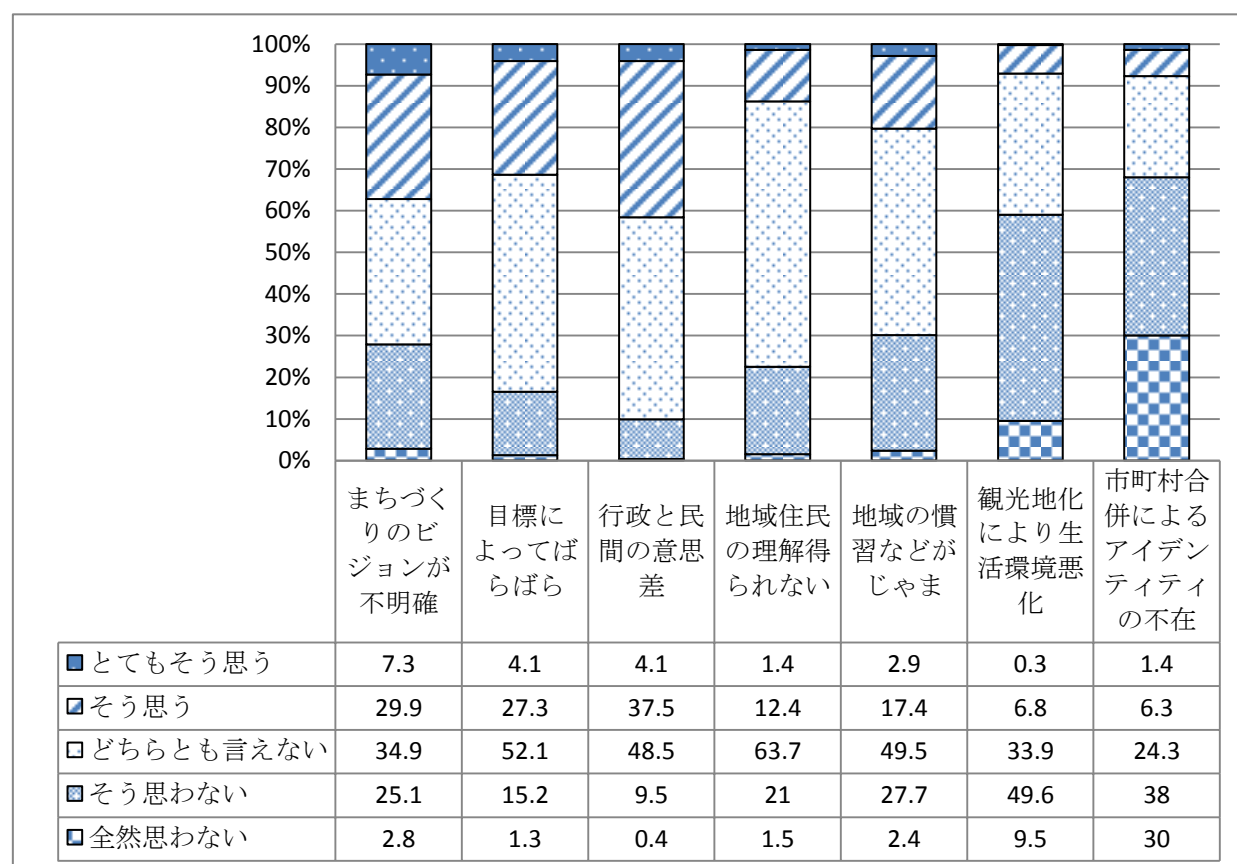


図4 将来ビジョンの策定と関連組織の巻き込みにおける阻害要因（有効パーセント）

観光まちづくりに関わる団体の目標がばらばらである事が阻害要因になっているかどうかについては、阻害要因になっていると考える自治体が、そう考えない自治体よりも多い。また、行政と民間の意識の差が阻害要因であると認識する自治体は41.6%にのぼる一方、そのように認識しない自治体は9.9%に過ぎない。観光まちづくりにおいては、民間と行政が意識をすり合わせていくメカニズムが必要になってくる。

他方、「地域の慣習などがじゃま」と「観光地化により生活環境悪化」を阻害要因と捉えていない行政担当者は其々30.1%、59.1%で、そう思う行政担当者（20.3%、7.1%）を上回った。とりわけ、「観光地化により生活環境悪化」は観光地化が進むことによる弊害として指摘されてきたが、行政担当者は観光まちづくりの阻害要因としてあまり認識していないことが分かった。

③「新たな魅力づくりと市場創出における阻害要因」に関する回答を見ると、観光資源の見つけ方がわからないことが阻害要因と考える自治体は19.8%で、そうでない自治体は48%にのぼる。なお、魅力ある自然資源、人文資源、複合資源がないことが阻害要因であると捉えない自治体は、其々65.4%、59.4%、53.5%で、そう思う自治体20.8%、21.5%、24.7%を大きく上回っている。しかし同時に、約20-25%の自治体が自分たちの地域にはそれらの資源がないと考えていることも確認できる。

一方、「外部主導のため賛同が得られない」と「過剰投資」を阻害要因に関しては、「そう思わない」「全然思わない」の合計が両方とも7割を超える一方（其々73.5%、72.7%）、「そう思う」「とてもそう思う」の合計は、其々1.3%、3.8%で、阻害要因として両項目はあまり認識されていないことが確認できる。

他方、観光の魅力を作り出す努力が足りないことが阻害要因だと考える自治体はそのように考えない自治体よりも多い。特定の観光資源への依存度が高いことが阻害要因かどうかに関しては大きな差が見られない。

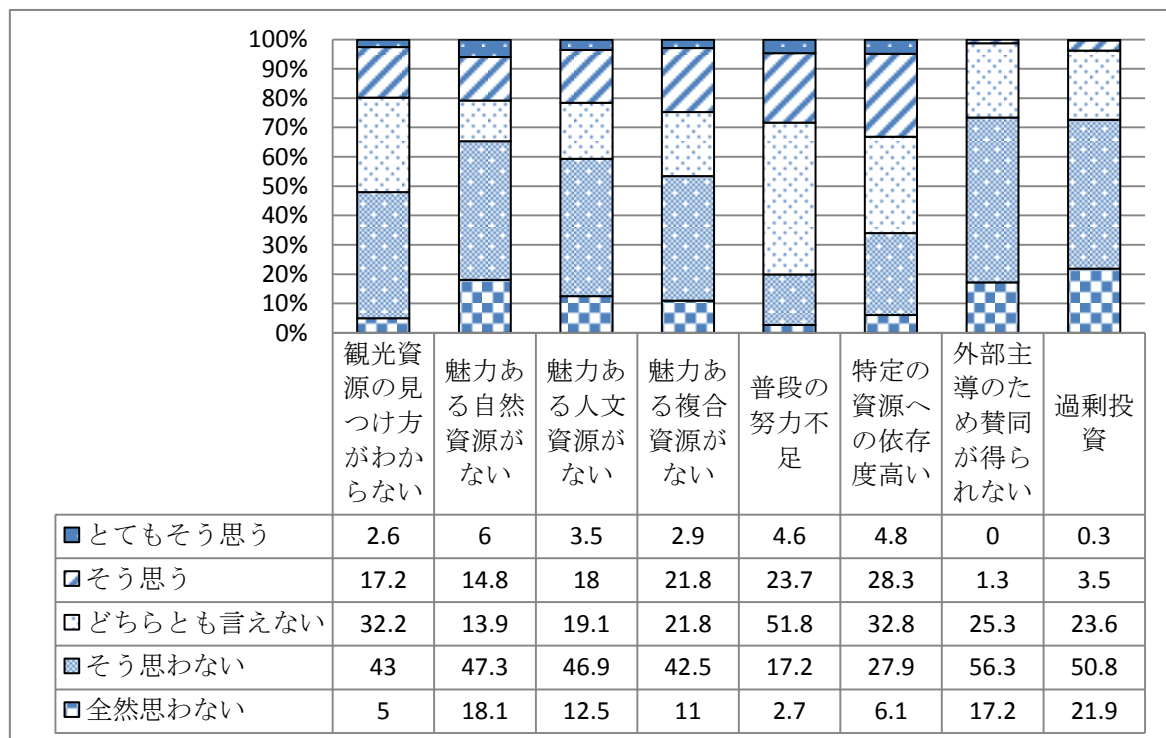


図5 新たな魅力づくりと市場創出における阻害要因（有効パーセント）

④ 組織と人材における阻害要因に関しては、まちづくり団体間に葛藤があると行政と民間の協働がうまく機能しないは、両方とも「どちらとも言えない」が5割を超える一方、「とてもそう思

う」、「そう思う」の合計と、「全然思わない」、「そう思わない」の合計がそれぞれ約 2 割を占めて、大きな差が見られなかった。

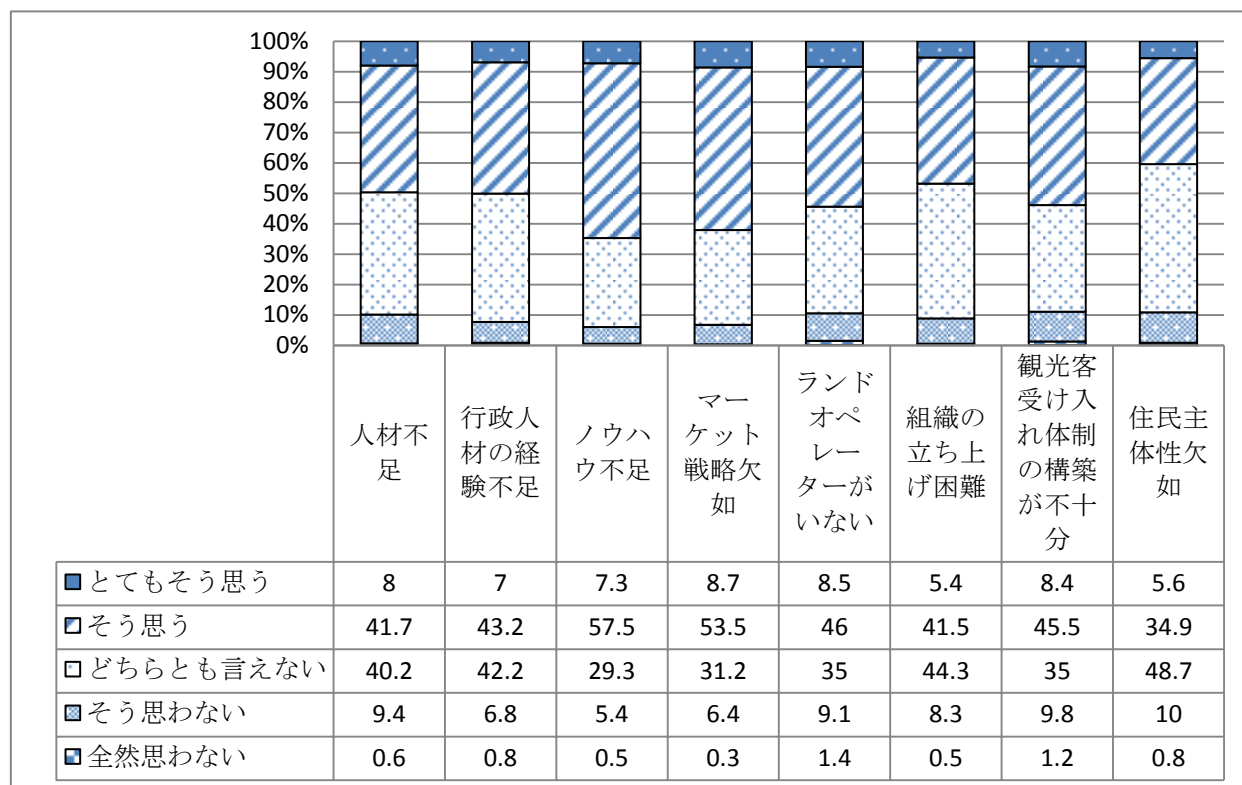


図 6 組織と人材における阻害要因（その一）（有効パーセント）

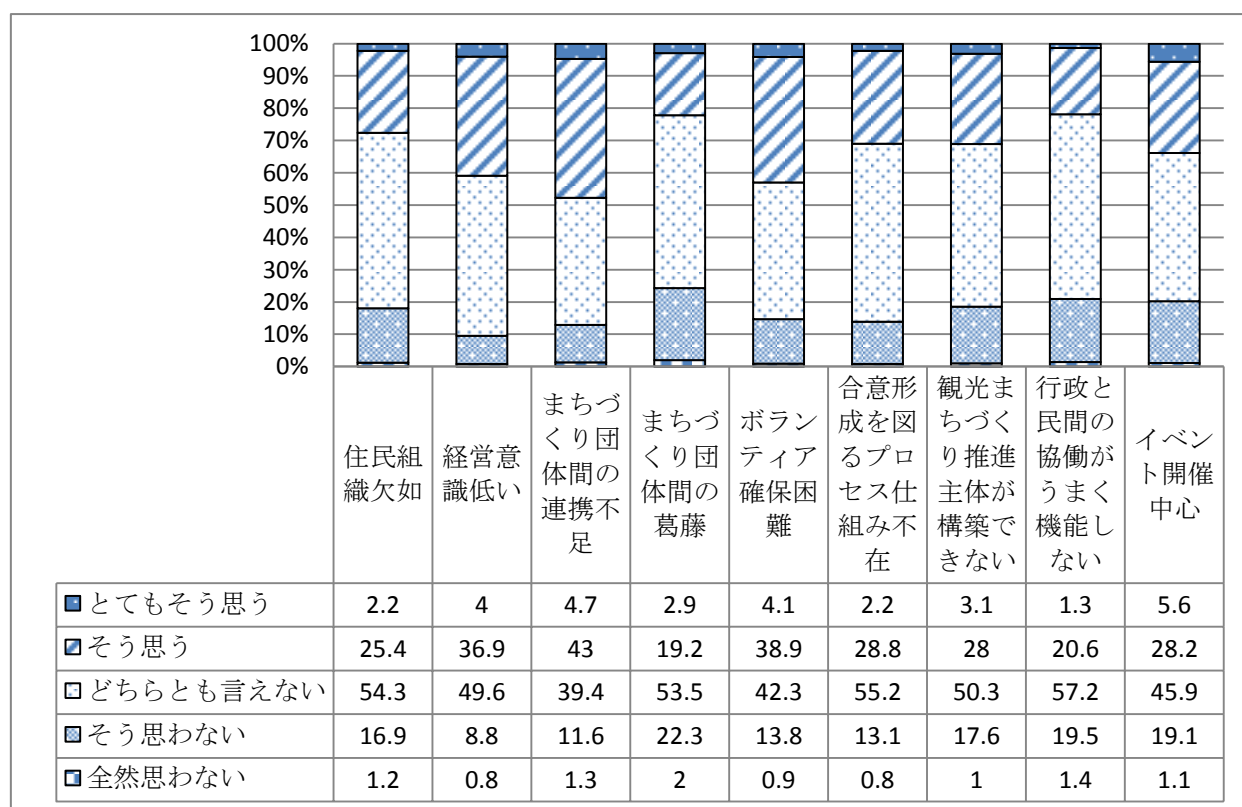


図 7 組織と人材における阻害要因（その二）（有効パーセント）

次に、地域リーダーなどの人材不足、行政人材の経験不足、地域マネジメントのノウハウ不足、マーケット戦略の欠如、ランドオペレーターがいない、地域マネジメント組織の立ち上げの困難、観光客受け入れ体制の構築が不十分、住民の主体性欠如の 8 つの項目が阻害要因かどうかについては、それら全ての項目において、「とてもそう思う」、「そう思う」の合計は 4 割以上、「全然思わない」、「そう思わない」の合計はだいたい 1 割以下であり、これらの不足が多く自治体で観光まちづくりの阻害要因になっていることがわかる。

また、「まちづくり団体間の連携不足」「ボランティア確保困難」「経営意識低い」を阻害要因として捉える自治体が其々 47.7%、43%、40.9%を占める一方、そう思わない自治体は 12.9%、14.7%、9.6%と少ないことが確認できる。

⑤人間関係における阻害要因の回答を見ると、複雑な人間関係が観光まちづくりの阻害要因と考える自治体は 32.3%あり、そう思わない自治体の 18.7%を上回る。逆に、利益配分の問題による葛藤や地域のリーダーからの横槍が阻害要因であると考える自治体は両方とも 10%台前半で、そう思わない自治体は 30%以上である。しかし、人間関係における阻害要因では全ての項目において、「どちらとも言えない」と答えた割合が約 5 割を占めていることから、人間関係を観光まちづくりにおける阻害要因として捉えるにはやや困難であることも分かった。

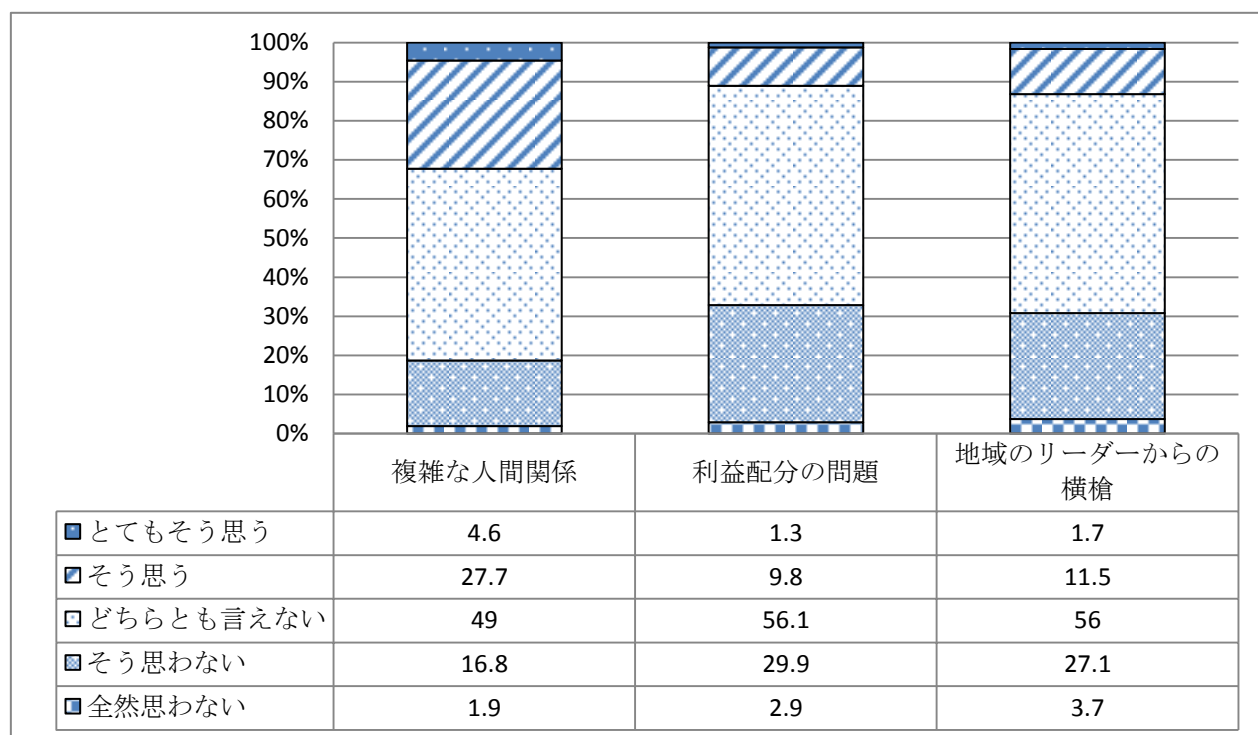


図 8 人間関係における阻害要因（有効パーセント）

⑥ブランド形成における阻害要因の回答を見ると、消費者視点の商品づくりが難しいことと着地型旅行商品のブランド化が難しいことが阻害要因であるかどうかについては、両方とも 5 割前後の自治体が阻害要因であると考えている。それらが阻害要因ではないと考える自治体は 10%以下に留まる。ブームを生かしていく方法がわからないことが阻害要因かどうかについては、37.8%の自治体が阻害要因だと考え、13%の自治体がそうではないと考えている。

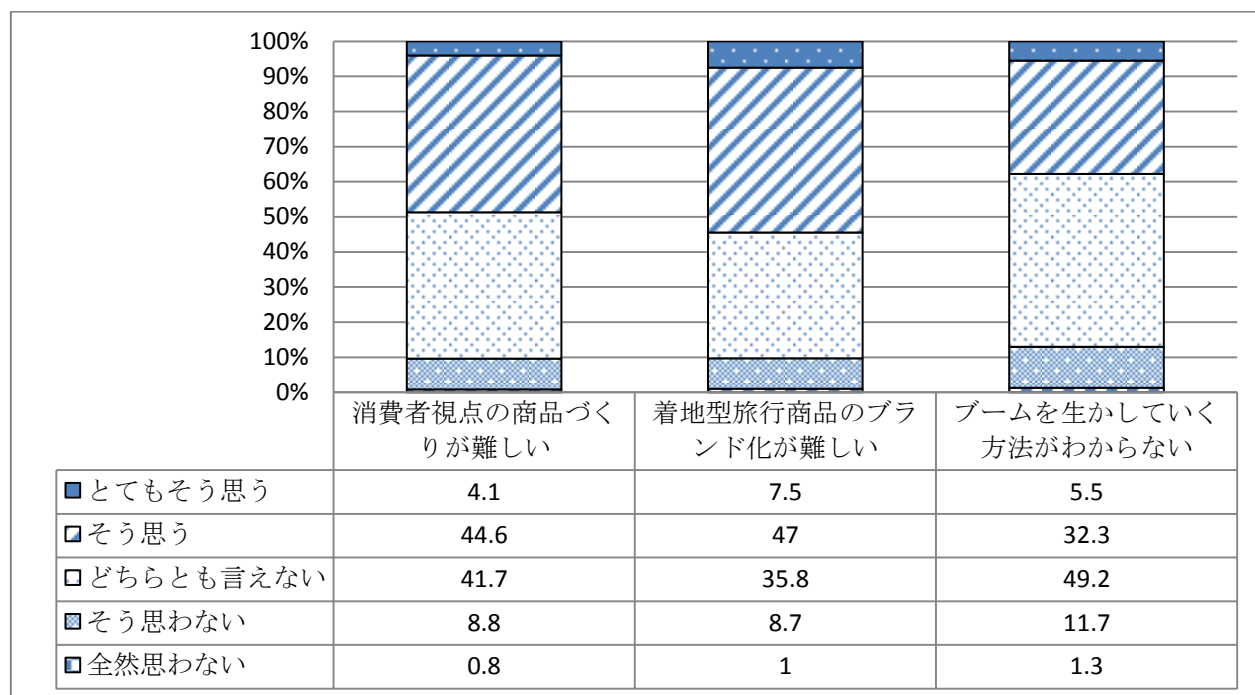


図9 ブランド形成における阻害要因（有効パーセント）

⑦財源の確保における阻害要因においては、地方自治体の財政的困難、独自財源確保が難しい、国からの補助金獲得が難しいという全ての項目で、それらを阻害要因と考える自治体のほうがそうではない自治体を上回った。とりわけ、前者の二つの項目においては、「そう思う」「とても思う」の合計が、それぞれ 67.5%、72.6%で約 7 割の行政関係者がそれらの項目を観光まちづくりにおける阻害要因の一つとして捉えていることが確認できる。

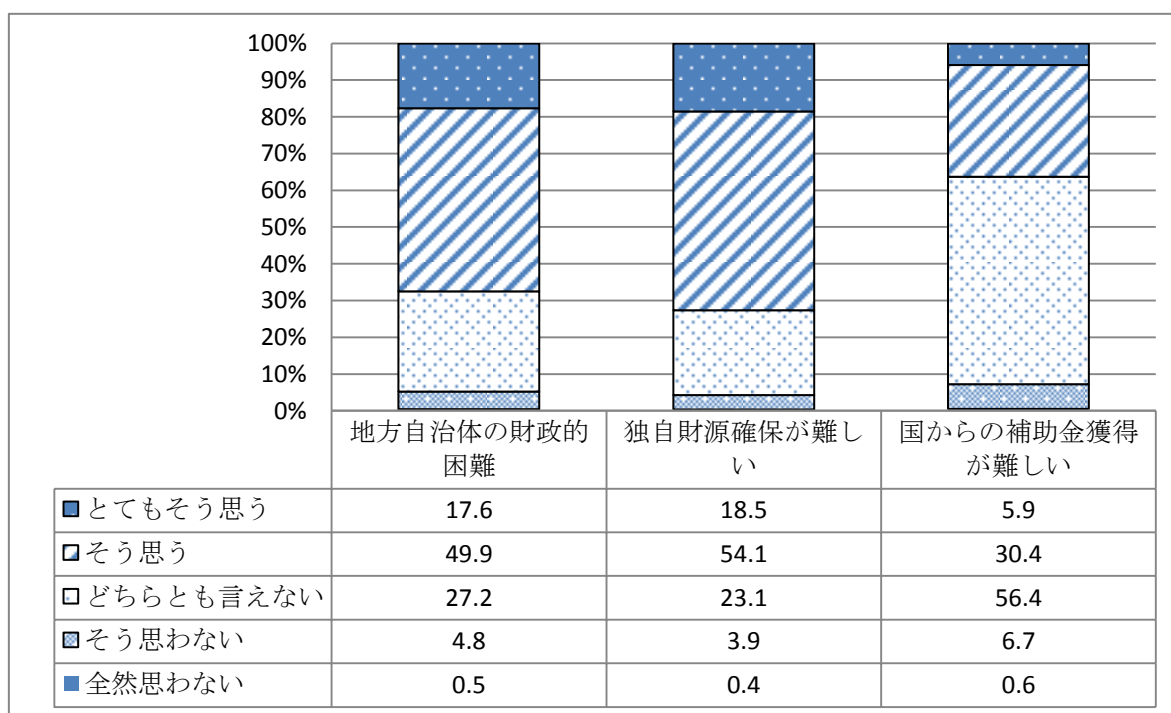


図10 財源の確保における阻害要因（有効パーセント）

阻害要因尺度の項目の平均値を高い順から整理すると、「独自財源確保難しい」（平均値：3.86）、「地方自治体の財政的困難」（3.79）、「ノウハウ不足」（3.66）、「マーケット戦略欠如」（3.64）、「ランドオペレーターがいらない」（3.51）、「着地型旅行商品のブランド化が難しい」（3.51）、「観光客受入体制の構築が不十分」（3.5）、「行政人材の経験不足」（3.49）、「人材不足」（3.47）、「組織の立ち上げ困難」（3.43）と続く。さらに「消費者視点の商品づくり難しい」（3.42）、「観光客動向把握難しい」（3.38）が続くが、平均値の上位の項目を見ると、財政、経営、人材、体制づくり等に関する項目を阻害要因として挙げる自治体が多いことが確認できる（表2を参照）。

表2 阻害要因尺度の項目分析

質問内容	平均値	標準偏差	歪度	尖度
独自財源確保難しい	3.86	0.768	-0.491	0.382
地方自治体の財政的困難	3.79	0.803	-0.406	0.122
ノウハウ不足	3.66	0.714	-0.618	0.714
マーケット戦略欠如	3.64	0.741	-0.411	0.159
ランドオペレーターがいらない	3.51	0.829	-0.438	0.197
着地型旅行商品のブランド化が難しい	3.51	0.797	-0.415	0.186
観光客受入体制の構築が不十分	3.5	0.828	-0.388	0.053
行政人材の経験不足	3.49	0.757	-0.214	0.211
人材不足	3.47	0.799	-0.175	-0.106
組織の立ち上げ困難	3.43	0.742	-0.161	0.026
消費者視点の商品づくり難しい	3.42	0.741	-0.373	0.143
観光客動向把握難しい	3.38	0.813	-0.215	-0.188
まちづくり団体間の連携不足	3.38	0.801	-0.393	0.013
行政と民間の意識差	3.35	0.725	-0.062	-0.036
住民主体性欠如	3.35	0.766	-0.026	0.083
経営意識低い	3.34	0.726	-0.129	0.219
国からの補助金獲得難しい	3.34	0.718	0.238	0.473
ボランティアの確保が難しい	3.31	0.793	-0.236	-0.226
交通便利性低い	3.29	1.26	-0.221	-1.065
ブームを生かしていく方法がわからない	3.29	0.793	-0.055	0.139
合意形成を図るプロセス仕組みがない	3.19	0.709	-0.045	0.17
目標によってばらばら	3.18	0.781	0.036	0.135
イベント開催中心	3.18	0.944	0.097	-0.278
複雑な人間関係	3.16	0.825	-0.021	0.013
まちづくりのビジョンが不明確	3.14	0.968	0.02	-0.653
観光まちづくり推進主体が構築できない	3.14	0.775	0.01	-0.117
住民組織欠如	3.11	0.739	-0.018	0.11
普段の努力不足	3.1	0.83	0.006	0.224
観光客あまりこない	3.07	1.011	-0.089	-0.636
市場変化の対応ができない	3.01	0.773	-0.28	0.355
行政と民間の協働がうまく機能しない	3.01	0.713	-0.034	0.227
まちづくり団体間に葛藤	2.99	0.784	0.136	0.231
特定の資源への依存度高い	2.98	1.001	-0.033	-0.689
地域住民の理解ない	2.91	0.667	0.076	1.044
地域の慣習などがじゃま	2.91	0.812	0.228	0.065
地域のリーダーからの横槍	2.8	0.751	0.049	0.579
利害配分の問題	2.77	0.715	0.104	0.595
観光資源の見つけ方がわからない	2.69	0.901	0.442	-0.348
魅力ある複合資源ない	2.63	1.032	0.34	-0.758
魅力の人文資源ない	2.53	1.034	0.541	-0.485
魅力の自然資源がない	2.43	1.124	0.732	-0.305
観光地化による生活環境悪化	2.39	0.761	0.286	-0.036
市町村合併によるアイデンティティの不在	2.11	0.955	0.604	-0.1
外部主導のため賛同得られない	2.11	0.682	0.108	-0.288
過剰投資	2.09	0.78	0.404	0.02
コンサルティングに任せきり	1.64	0.704	0.761	-0.147

一方で、阻害要因尺度の項目の平均値を低い順から整理すると、「コンサルティングに任せきり」(1.64)、「過剰投資」(2.09)、「外部主導のため賛同が得られない」(2.11)、「市町村合併によるアイデンティティの不在」(2.11)、「観光地化による生活環境悪化」(2.39)、「魅力のある自然資源がない」(2.43)、「魅力ある人文資源がない」(2.53)、「魅力ある複合資源がない」(2.63)、「観光資源の見つけ方がわからない」(2.69)と続き、外部主導の開発や市町村合併に伴うアイデンティティの不在、観光地化による諸課題、さらに人文・自然・複合資源及び、観光資源の見つけ方を阻害要因として挙げる自治体は少ない。とりわけ、資源に関するすべての項目(自然・人文・複合資源の不在と観光資源の見つけ方がわからない)の平均値が低く、それらは観光まちづくりにおける阻害要因としてはあまり認識されていないと解釈できる。

(5) 観光まちづくりへのかかわり方について

最後に、回答してもらった行政関係者の部署の観光まちづくりへのかかわり方に関する質問に対しては、行政として主導的にかかわる(①)が264件(39.5%)、裏方として民間を支える(②)が277件(41.4%)、両方(③)が128件(19.1%)であった。さらに、以下のような記述も見られた¹⁰⁾。

他方、上記の項目以外の観光まちづくりの阻害要因に関する自由記述の項目にも多種多様な回答が見られたが、大まかに「人口・高齢化・若者の流出」「地域的特性・観光インフラの不足」「行政の積極的不足」「組織・人材」「東日本大震災関連」「国際政治」「観光概念・捉え方、議論の場の不足」「観光まちづくりの必要性を感じない」にまとめられる。

「私は観光協会の事務局長を兼任している」、

「広報・宣伝や、旅行会社に対する商品造成の働きかけなどには積極的に関与する一方で、地域資源を生かした観光地としての魅力づくりや受け入れ体制づくりの面では、民間事業者や市町村(観光協会)を支える立場をとっている」、

「本来は②(裏方として民間を支える)が理想である」、

「場合による」、「ケース by ケース」、「どちらも必要です」、「使い分け!どちらも大事」、

「どちらも言えない」、

「「観光まちづくり推進計画」に基づくプロジェクトの業務遂行」、

「県としては、市町村民間など、地域支援を行うことが役割であるが、広域観光振興のため、主導することもありえる」、

「民間組織(民間を主体とした)が中心となり、行政が裏方になるのが理想ですが、現実的には行政がメインになっている」、

「今後、観光協会を法人化して、協会と協力しながら観光推進に努める」、

「①(行政として主導的にかかわる)①、②(裏方として民間を支える)〇

(動き出すまでは①。)動き出せば②(裏方として民間を支える)」、

「本来的には②(裏方として民間を支える)が望ましいと考える」、

「観光協会の設立や、コンサルタントの導入」、

「中間(本来は②が望ましいが、現状そうもいかない)」、

「*理想としては、②だと思うが、当市ではまだまだ民間が育っていない」

「現在は①(行政として主導的にかかわる)に近いが将来的には②(裏方として民間を支える)へ近づけたい」

上記の自由記述からは、行政と民間という明確な区分が困難なケースや場合によって役割が変わるというような答えがある一方で、行政としては民間を支援する立場を理想とするが、現状はそうではないという返答が確認できる。実際上記で取りあげた記述以外にも、将来的ビジョンとして行政による民間への支援(裏方として民間を支えること)を掲げる地域が多数を占めた。

(6) 何をもって観光まちづくりは成功といえるかに関する自由記述

観光まちづくりの成功に関する捉え方を自由記述方式で行政担当者を書いてもらう項目の回答は、「経済効果」「活性化」「人口」「地域イメージ」「地域の魅力・環境」「地域住民の誇り・幸福」「観光客の満足」「住民と観光客の両方の満足」「主体・推進体制」にまとめること

ができる。とりわけ、「経済効果」に関連する記述が最も多く見られ、経済波及効果に対する行政側の期待を垣間見ることができる¹¹⁾。また「地域住民の誇り・幸福」「主体・推進体制」に関する回答も多数あった。また、上記のカテゴリーを複合的に繋ぐ回答、とりわけ既存の観光まちづくり研究における定義に類似する内容を記した回答も少なからず、行政側としての公式な回答としての一面も見られた。

(7) 観光まちづくりに関する自由記述¹²⁾

記述のなかには、アンケートに対する行政担当者の理解しにくかった点に対する指摘、観光まちづくりを行う上で感じる様々な難しさ、助言を求める声も多数あった。さらには、別紙で取り組みを紹介する内容のパンフレットや資料を送付してくれた自治体も少なくなかった¹³⁾。

4. 今後の研究の方向性

観光まちづくり研究では、これまで成功例の紹介や成功例をもとにした実践モデルの構築などが中心に研究され、日本の観光まちづくり実践の全体像を明らかにしようとする研究はなされてこなかった。本研究はその全体像を捉えようとした試みの一環として、全国の地方自治体の行政担当者が捉える観光まちづくりの取り組みの現状と阻害要因を究明しようとした。本稿はデータの提示と簡略な記述分析にとどまったが、相関分析をはじめ、分散分析、因子分析、回帰分析等を行うことで、観光まちづくりの現状、自己評価、阻害要因とそれらの関係性を解明する必要がある。また行政側に対するインタビューなどさらなる調査を進めつつ、もう一つのアクターである民間の観光まちづくりの実践の全体像と行政と民間の関係性を明らかにすることが求められる。

付記

本稿は、日本学術振興会の科学研究費助成（課題名：「観光まちづくりにおける阻害要因に関する実証的研究」、2014 年度、基盤研究 C、課題番号：26380734、研究代表者：四本幸夫）を受け、その研究の一環としておこなった行政担当者を対象にしたアンケート調査結果を報告するものであり、観光学術学会第 4 回大会（2015 年 7 月 5 日、阪南大学）にて口頭発表した内容を含んでいる。アンケートの回答にご協力頂いた行政の方々、そして観光学術学会大会で貴重な意見を頂いた、須藤廣先生、遠藤英樹先生、松永貴美氏に感謝申し上げたい。

注

- 1) 民俗学の領域では、2000 年前後まちづくりにおける地域内外のアクター間の軋轢や葛藤に焦点を当てる研究が見られる（芝村 1999；安藤 2002）。
- 2) とりわけ、日本交通公社によって提示された観光地経営のための 8 つの視点を参考にした（日本交通公社編 2013）。
- 3) 盛山（2004）によれば、郵送でのアンケート調査では返送率は約 2 割であるが、本報告の返答率が 4 割を超えた理由は、対象が行政側であったこと、そして挨拶文で調査結果をまとめた報告書を回答者の E-mail に添付し送付することを記入したことにあると考えられる。
- 4) 統計処理においては、当時立教大学大学院観光学研究科博士課程後期課程に在学し、現在は韓国の済州大学でグローバル済州観光専門創意人材養成事業団研究員として勤めている李彰美氏の協力を得た。
- 5) 村上（2006）は、Cronbach の α 係数が 0.8 以上の場合、内的整合性は問題ないと捉える。
- 6) 観光まちづくりに取り組みの広がり、観光まちづくりをテーマにした研究の増加と相関関係にある。森重（2015）は、国会図書館と CiNii において「観光まちづくり」をキーワードとする文献の推移をグラフで呈示しており、そこからは 2000 年以降の観光まちづくり研究の増加傾向を確認できる。

- 7) 返答されたなかには「1005 年」という回答もあったが、観光まちづくりの開始年度として捉えるには困難であると判断し分析には含まなかった。
- 8) 歪度は、測定値の分布が一方に偏り、左右に歪んでいるかどうかを示す指標であり、絶対値が大きいほど分布が歪んでいる（すそが長くなる）ことになる。さらに負の値の場合は左側に、正の値の場合は右側に歪んでいる形状となる（中村・西村・高井 2014 : 178）。
- 9) 尖度は、測定値の分布の尖り具合を示す指標で、絶対値が大きいほど平均のあたりにデータの分布が集中する尖った分布となり、小さいほどデータが広く散らばった扁平な分布であることを示す（前掲）。
- 10) 当項目における自由記述を求めていなかったが、アンケートの空欄に記入があったものを整理した。
- 11) 回答には、「経済効果」、「地域にお金がおちる」、「観光消費額」、「誘客（入域客の増）や経済効果」のような記述が見られた。
- 12) 「観光まちづくりに関することであれば、どのような内容でも結構です。ご意見お聞かせ下さい。」と観光まちづくりに関する自由記述を求めた。
- 13) さらに記述の途中で線を引き、記述内容を削除したケースもあった。自己評価や阻害要因に関する項目にも二重チェックの痕跡が見られることを踏まえると、これらのアンケートは担当者一人で回答したというより、行政として承認の上アンケートが返答された可能性が高いと推測される。

参考文献

- 安藤直子「地方都市における観光化に伴う「祭礼群」の再編成—盛岡市の六つの祭礼の意味付けをめぐる葛藤とその解消—」、日本民俗学 231、2002、1-31 頁。
- 森重昌之「定義から見た観光まちづくり研究の現状と課題」、阪南論集人文・自然科学編 50(2)、2015、21-37 頁。
- 盛山和夫『社会調査法入門』、有斐閣、2004、68 頁。
- 村上宣寛『心理尺度のつくり方』、北大路書房、2006
- 中村哲・西村幸子・高井典子『「若者の海外旅行離れ」を読み解く—観光行動論からのアプローチ』、法律文化社、2014、178 頁。
- 日本観光振興協会『地域観光協会『観光まちづくり』実態調査報告書—持続可能な観光振興に向けて、今後の課題とは?』、2012
- 日本交通公社編『観光地経営の視点と実践』、丸善出版、2013
- 西村幸夫編『観光まちづくり—まち自慢からはじまる地域マネジメント』、学芸出版社、2009
- 野田岳仁「観光まちづくりのもたらす地域葛藤—「観光地ではない」と主張する滋賀県高島市針江集落の実践から—」、村落社会研究ジャーナル 20(1)、2013、11-22 頁。
- 芝村龍太「地域の活性化と文化の再編成—串原の組の太鼓と中山太鼓—」、ソシオロジ 44(1)、1999、21-37 頁。
- 十代田朗編『観光まちづくりのマーケティング』、学芸出版社、2010
- 須藤廣「「観光化」に対する湯布院住民の解釈フレーム分析」、北九州産業社会研究所紀要 47、2006、63-72 頁。
- 安村克己『観光まちづくりの力学—観光と地域の社会学的研究』、学文社、2006
- 四本幸夫「観光まちづくり研究に対する権力概念を中心とした社会学的批判」、観光学評論 2(1)、2014、67-82 頁。